

9. SEMESTER

KOMPETENZBEREICH ENTREPRENEURSHIP

I Unternehmensgründung:
der Weg in die Selbstständigkeit 7

Grundvoraussetzungen für die
Unternehmensgründung 8

1	Gründungswille	9
2	Geschäftsidee	10
2.1	Wege zu Geschäftsideen	10
2.1.1	Finden eigener Geschäftsideen	11
2.1.2	Nutzung bestehender Geschäftsideen	12
2.2	Überprüfen der Geschäftsideen	12
3	Unternehmensgründer/in	15
3.1	Persönliche Voraussetzungen	15
3.2	Gewerberechtliche Voraussetzungen	16

Von der Idee zum Businessplan 21

1	Funktionen des Businessplans	22
2	Struktur und Inhalt des Businessplans	22

II Marketing 25

Der Kunde im Mittelpunkt 26

1	Was ist Marketing?	27
2	Wie man im Marketing ans Ziel kommt	27
3	Ziele des Marketings	28
4	Marketingstrategien als Wege zu Marketingzielen	28
5	Umsetzung der Marketingstrategien durch Marketinginstrumente	31
5.1	Marktforschung als Grundlage	32
5.2	Aufgaben der Marktforschung	33
5.3	Marktforschungsmethoden	34
5.3.1	Sekundärforschung	34
5.3.2	Primärforschung	35

Instrumente des Marketings 39

1	Produkt- und Sortimentspolitik	40
1.1	Kunden- und marktgerechte Gestaltung von Produkten	40
1.1.1	Nutzen eines Produkts	40
1.1.2	Gestaltungselemente eines Produkts	41
1.2	Produktanalyse	42
1.2.1	Produktlebenszyklus	42
1.2.2	Portfolioanalyse	43
1.3	Instrumente der Produktpolitik	44
1.4	Gestaltung des Produktprogramms (Sortiments)	46

2	Preis- und Konditionenpolitik	47
2.1	Bedeutung des Preises im Marketing	47
2.2	Orientierungsgrößen der Preisbestimmung	48
2.3	Preisstrategien	49
2.4	Konditionenpolitik	51
3	Distributionspolitik (Vertriebspolitik)	52
3.1	Auswahl von Absatzwegen und Absatzorganen	53
3.2	Marketinglogistik: Organisation von Transport und Lagerung	54
4	Kommunikationspolitik	55
4.1	Corporate Identity: übergreifende Kommunikationsstrategie	56
4.2	Werbung	57
4.2.1	Aufgaben und Ziele der Werbung	57
4.2.2	Formen der Werbung	58
4.2.3	Strategien und Techniken der Werbepsychologie	58
4.2.4	Werbeplanung	59
4.2.5	Werbung kritisch betrachtet	62
4.3	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	64
4.4	Verkaufsförderung (Salespromotion)	65
4.5	Personal Selling	65
4.6	Messen	66
4.7	Sponsoring	66
4.8	Eventmarketing	67

III Unternehmensführung 71

Unternehmensführung (Management) im Überblick 72

Normatives Management 75

1	Vision	76
2	Mission	77
3	Unternehmensphilosophie	77
4	Unternehmensziele	79
4.1	Unternehmensziele, an denen sich Unternehmen orientieren sollen	79
4.2	Richtiges Formulieren von Zielen	81
5	Unternehmensleitbild	82

Managementprozess: strategisches und
operatives Management 86

1	Planung	87
1.1	Strategische Planung	87
1.1.1	Externe Analyse	88
1.1.2	Interne Analyse	91
1.1.3	SWOT-Analyse	92
1.1.4	Entwicklung möglicher Strategien	93
1.2	Operative Planung	96
2	Entscheidungen treffen	98
3	Steuerung und Organisation	99
3.1	Aufbauorganisation	99

3.1.1	Elemente der Aufbauorganisation	99
3.1.2	Zentrale oder dezentrale Organisation	101
3.1.3	Formen der Aufbauorganisation (Leitungssysteme)	102
3.2	Ablauforganisation	107
3.3	Informale Organisation	108
4	Kontrolle (Abweichungsanalyse)	110
5	Kommunikation	110
Personalmanagement		114
1	Personalmanagement im Überblick	115
2	Personalbedarfsplanung	116
3	Personalauswahl und -einstellung	117
3.1	Festlegung des Anforderungsprofils	118
3.2	Interne bzw. externe Personalsuche	119
3.3	Vorauswahl: Analyse der Bewerbungs- unterlagen	121
3.4	Auswahl durch verschiedene Auswahlverfahren	127
3.4.1	Bewerbungsgespräch (Vorstellungsgespräch)	127
3.4.2	Testverfahren	128
3.4.3	Assessment-Center	128
3.4.4	Grafologisches Gutachten	129
3.4.5	Arbeitsproben	129
3.5	Personaleinstellung	129
4	Personalentwicklung	130
5	Personaleinsatzgestaltung	132
5.1	Motivation (im Überblick)	132
5.1.1	Maslow'sche Bedürfnispyramide	132
5.1.2	Zwei-Faktoren-Theorie von F. Herzberg	133
5.2	Humanisierung des Arbeitsplatzes	134
6	Personalbeurteilung	137
6.1	Ziele und Funktionen der Personalbeurteilung	137
6.2	Personen, die die Personalbeurteilung durchführen können	137
6.3	Mögliche Beurteilungskriterien	138
6.4	Verfahren der Personalbeurteilung (Personalbeurteilungssysteme)	138
6.5	Beurteilungsfehler	139
7	Entlohnung	140
7.1	Entgeltgerechtigkeit	141
7.2	Formen der Entlohnung	141

Führung: Führungstheorien und -konzepte		144
1	Führungstheorien	145
1.1	Führungsstile nach Kurt Lewin	145
1.2	Verhaltensgitter (Managerial Grid) von Blake und Mouton	146
2	Führungskonzepte	147

10. SEMESTER

KOMPETENZBEREICH RECHNUNGSWESEN UND RECHT

IV **Businessplan und Finanzierung des Unternehmens** 155

Hauptelemente eines Businessplans 156

1	Struktur und Inhalt des Businessplans	157
1.1	Executive Summary – das Besondere auf einen Blick	157
1.2	Unternehmen	157
1.2.1	Unternehmens- und Gründerprofil	157
1.2.2	Unternehmensziele	161
1.3	Produkt oder Dienstleistung	162
1.4	Branche, Markt und Wettbewerb	166
1.5	Marketing	167
1.6	Management, Schlüsselpersonen und Organisation	168
1.7	Umsetzungsfahrplan	169
1.8	Chancen und Risiken	170
1.9	Finanzplanung	170

Finanzierung des Unternehmens 172

1	Finanzplanung	173
2	Kapitalbedarfsplanung	173
3	Kapitalaufbringung	175
3.1	Finanzierung mit Eigenkapital	175
3.2	Finanzierung mit Fremdkapital	177
3.2.1	Kreditfinanzierung	177
3.2.2	Fremdfinanzierung mit Effekten (in Form von Anleihen)	190
3.2.3	Bonitätsprüfung	191
3.3	Förderungen	192
4	Liquiditätsplan	192

Entwicklung eines Businessplans 196

1	Tipps für die Erstellung eines erfolgreichen Businessplans	197
2	Beispiel eines Businessplans	197

V **Rund um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** 205

Grundzüge der Personalverrechnung 206

1	Beginn eines Arbeitsverhältnisses	207
1.1	Erstellung eines Arbeitsvertrages bzw. eines Dienstzettels	208
1.2	Anmeldung bei der Sozialversicherungsanstalt	209
1.3	Anlage eines Lohnkontos	211

